

# 珠海电商软件开发，全民拼购商业模式深度解析，2023全新拼团玩法，陈景尧

产品名称	珠海电商软件开发，全民拼购商业模式深度解析，2023全新拼团玩法，陈景尧
公司名称	东莞市星电网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	东莞市石排镇东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层
联系电话	15006688653 15006688653

## 产品详情

向大伙儿们问好，我是的门门（陈景尧）这期门门给大伙儿讲讲大家一直非常感兴趣的商业模式——全民拼购

### 全民拼购模式说明

1.拼单方式：

“10人团”中抽“3人”；

中奖者可获得：

A.等值的产品/购物券；

B.(商品价格)10%的“ 分红积分 ”;

C.(商品价格)的“ 购物基金 ”;

D.(商品价格)5%的“ 购物金 ”(前提是该用户拥有“ 购物基金 ”,

且奖励不超过“ 剩余的购物基金 ”;

不中奖者可获得:

A(商品价格)5%的零钱奖励:

B.(商品价格)5%的“ 购物金 ”;

2.拼单规则说明：

“ 分红积分 ” 作为 “ 参与平台利润分红的凭证 ” ，不能提现为零钱，同时每月1-5号用户可以将积分用户兑换产品或者转入/转出至 “ 积分池 ” ，6-24号则只

能转入但不能转出 “ 积分池 ” ，25-30号为结算期，需 总  
用户不能转入和转出 “ 分红积分 ” ，平台会根据 “ 可分配利润 ” 与 “ 总分  
红积分 ” 数进

行加权分红。(另:每次转入 “ 积分池 ” 的数量必须为 “ 整百 ” 。)

“购物基金”可视为“待返金额”，如A用户获得了100个“购物基金”，后续A参与继续拼团后，将以零钱形式返还“购物基金”，直到返完为止。

新用户参与，成为“1天有效期”的推广员；

用户当天有参与，平台赠送“1天推广员有效期”；

(举例:新用户A参与某个拼团活动，总共可获得2天的推广员有效期。)

拼团隐藏规则:1.当天次参与拼团并且排位，必不中;

(举例:A B C D E ...，蓝色为当天非参团，红色为当天参团，则C为此团的“不中奖人”。

2.新人参与且排位，必不中;

(举例:A B C D E F....，蓝色为当天非参团，红色为当天参团，绿色为新用户，则C为此团的“不中奖人”。)

更多干货内容，详情看：(门门陈景尧)

附:1.2版本新增功能大纲

1中奖规则:可设置中奖XX几次后，之后XX几次必不中奖

2、新增订单管理，当未成团的订单后台也能看到

3、 关联产品限制:后台可自定义设置实物产品数量(多10个)

4、 自动成团:当活动团时间到了还未达到参团人数，系统机器人自动补齐活动人数(必须后台手动开奖)

5未中奖新增赠送积分:赠送商城积分

6限制用户每天参团次数:每天可参团的次数

7每日分红:每天晚上0点结算

分销利润分配(按商品价格)

推广奖励:2级分销---2.5%，1%;

店铺奖励:(等级由高到低分别为)5%、4%、3%、1.5%;

区域奖励:省代2.5%、市代1.5 区代1%;

前端产品/价格展示

前端直接展示“99元/299元/399元/599元...”拼团区，用户根据所选价格直接进入选择，可供选项有“A产品/B产品/C产品/购物券”，用户只能选其一

点点关注，近我者富，评论，多赚千万。搜索陈景尧，千篇商业方案解析给你听！了解电商软件、商业模式等相关信息的读者，可详细咨询

## 扩展资料：

嗨购商城软件开发，嗨购平台模式开发，嗨购app商城开发

如今，线上平台拓展实体门店，零售品牌拥抱电商平台的案例比比皆是，更多企业开始搭建多线并行的销售架构。同时，线上线下的沟通体验方式也在不断融合。AR/VR技术让消费者在线上体验实体店消费场景，不少线下门店通过接入联网智能设备，提升网络服务能力。

嗨购一款超级好用的手机购物软件，通过这个软件的使用，能够帮助用户节省很多线下购买商品所花费的时间，而且里面还有各种各样的福利，无论是想要在网购方面省钱，还是直接通过一个软件购买到所有类型的商品。

### 一、《嗨购》软件亮点：

- 1.软件里所有的商品基本都是包邮的，可以让用户放心购买。
- 2.收到商品以后有任何的想要退货，都可以直接操作。
- 3.这个软件能够帮助用户领取超多的优惠福利。
- 4.不定时的发放一些额度很大的优惠券，用户一定要记得领取。

### 二、《嗨购》软件特色：

- 1.除了食品或是服装以外，这里还可以直接的购买一些果蔬。
- 2.所有商品在订单发货以后，都可以快速的开始物流运输。
- 3.通过这个软件购买一些数码商品，也可以很安心

免责声明：文章来源互联网，仅供参考，小编是软件开发公司，可开发APP、小程序，H5页面商城，也可定制开发，玩家找平台的勿扰，如文章侵权违规可联系小编删除。

数据显示，近三年来我国消费者社交网购金额与次数迅猛增长。这一趋势推动不少品牌建立公众号矩阵，通过有针对性的内容吸取粉丝，运营品牌社群。

电商营销中，如何读懂屏幕背后的用户是一大课题。但很多情况下，企业有可能将使用不同设备，或处于不同场景中的同一位消费者视作多名受众，因此带来受众洞察的断层、投放性的降低与预算的浪费